



Strategi Bertahan UMKM Kopi Keliling di Tengah Persaingan Coffee Shop Modern

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Deswita Lestari Batubara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Elma Fiisma Dalimunthe

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Habima Perdana Kusumah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Alamat: Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: elmauser41@gmail.com

Abstract : *This study aims to analyze the survival strategies employed by mobile coffee SMEs in Medan, specifically near Sutomo Campus, in facing modern market competition. Mobile coffee SMEs in this area still rely on contemporary marketing and production methods, but are still able to maintain their existence amidst the onslaught of an increasingly competitive modern market. The type of research used is field research with a qualitative descriptive approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation of SMEs. Data were analyzed by referring to two main focuses of survival strategies, namely in the fields of marketing management and production management, as well as the obstacles faced in their implementation. The results show that survival strategies in the marketing field include maintaining affordable prices, expanding consumer networks, and maintaining good relationships with customers. Meanwhile, in the production field, strategies implemented include maintaining the distinctive taste of local coffee, adjusting production capacity to demand, and using consistent selling techniques from carts. Obstacles faced include the large number of mobile coffee competitors. These findings confirm that consistent quality, good social relationships, and adaptation to the market are key factors in the sustainability of mobile coffee SMEs in Medan.*

Keywords : *Marketing; mobile coffee SMEs; modern market competition; production; survival strategies*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bertahan yang dilakukan oleh pelaku UMKM kopi keliling di medan tepatnya di dekat kampus Sutomo dalam menghadapi persaingan pasar modern. UMKM kopi keliling di daerah ini masih mengandalkan metode pemasaran dan produksi yang bersifat kekinian, namun tetap mampu mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran pasar modern yang semakin kompetitif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM. Data dianalisis dengan mengacu pada dua fokus utama strategi bertahan, yaitu di bidang manajemen pemasaran dan manajemen produksi, serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bertahan di bidang pemasaran meliputi mempertahankan harga yang terjangkau, memperluas jaringan konsumen, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Sementara di bidang produksi, strategi yang dilakukan meliputi mempertahankan cita rasa khas kopi lokal, menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan, serta menggunakan teknik berjualan di gerobak yang konsisten. Kendala yang dihadapi antara lain banyaknya kompetitor kopi keliling. Temuan ini menegaskan bahwa konsistensi kualitas, hubungan sosial yang baik, dan adaptasi terhadap pasar menjadi faktor kunci keberlangsungan UMKM kopi keliling di Medan.

Kata kunci: *Pemasaran; UMKM kopi keliling; persaingan pasar modern; produksi; strategi bertahan hidup.*

PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat krusial dalam perekonomian Indonesia: sektor ini menyerap tenaga kerja dan mendistribusikan kesejahteraan ke berbagai lapisan masyarakat. Salah satu segmen UMKM yang sedang berkembang signifikan ialah usaha dalam bidang kopi baik kedai kopi maupun kopi keliling.

Keberadaan kopi keliling yang seringkali dijumpai di sekitaran kampus dan perkantoran memberikan peluang yang luas pada pedagang sekaligus dapat memenuhi kebutuhan kopi cepat saji pada masyarakat. Padatnya rutinitas masyarakat daerah perkantoran serta mahasiswa, kafein memberikan peran yang signifikan dalam kehidupan banyak orang sebagai sumber energi dan peningkat fokus. Kafein berfungsi sebagai stimulan bagi sistem saraf pusat, membantu mengurangi rasa Lelah dengan menghalangi produksi adenosin, neurotransmitter yang memicu rasa kantuk (Mish, 2021). Keunikan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh kopi keliling membuatnya menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk tetap menikmati kopi favorit mereka tanpa harus mengorbankan waktu yang banyak. Konsumen akan lebih memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur terbaik dari segi konsep produk (Malini, 2021).

Keistimewaan rasa yang unik dan daya pendorongnya yang mampu menyuntikkan semangat hidup telah menjadikan kopi sebagai minuman yang digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat (Muiz & Fauzi, 2024). Kehadiran kopi keliling memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan kafein harian masyarakat tanpa harus menyesuaikan waktu dan lokasi dengan keberadaan kafe konvensional.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kopi mengalami dinamika besar. Munculnya kedai dan coffee shop modern dengan konsep nyaman, variasi menu, serta strategi pemasaran dan branding yang agresif telah mengubah preferensi konsumen dan memperketat kompetisi pasar kopi. Penelitian tentang “strategi pengembangan usaha kedai kopi” menunjukkan bahwa untuk bisa bertahan, UMKM kopi perlu mengimplementasikan strategi seperti pengembangan pasar produk, peningkatan promosi, jaminan kualitas, dan inovasi produk.

Sementara itu, segmen kopi keliling dengan mobilitas tinggi, fleksibilitas lokasi, dan harga relatif terjangkau menghadapi tantangan tersendiri ketika bersaing dengan coffee shop modern. Data terkini dari studi kasus pada usaha kopi keliling mengungkapkan bahwa keterbatasan dalam pemasaran digital serta komunikasi lokasi berjualan yang tidak konsisten bisa menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan dan terbatasnya perluasan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa keunikan kopi keliling tidak otomatis menjamin keberlanjutan usaha jika tidak dibarengi strategi adaptif sesuai kondisi pasar.

Namun, di sisi lain, penggunaan strategi pemasaran modern terutama melalui media sosial dan komunikasi digital telah terbukti efektif dalam membantu UMKM kopi keliling membangun brand awareness, menarik perhatian pelanggan, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, meskipun persaingan semakin ketat, kopi keliling memiliki potensi untuk tetap relevan bila pelaku usaha mampu merumuskan dan menjalankan strategi bertahan yang tepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis strategi bertahan yang digunakan oleh UMKM kopi keliling dalam menghadapi persaingan coffee shop modern dengan mempertimbangkan aspek inovasi produk, pemasaran (termasuk digital), pelayanan, serta pengelolaan lokasi dan operasional. Hasil penelitian diharapkan memberikan

gambaran empiris dan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM kopi keliling agar dapat mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing dalam pasar kopi yang terus berkembang.

IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

Usaha kopi keliling di Medan merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi mikro perkotaan yang mengandalkan mobilitas tinggi dan fleksibilitas lokasi. Namun, karakteristik tersebut sekaligus menjadi sumber berbagai persoalan yang saling berkaitan. Mobilitas yang tinggi menyebabkan pelaku usaha tidak memiliki lokasi berjualan yang tetap, sehingga sulit membangun interaksi berkelanjutan dengan konsumen. Ketidakpastian lokasi ini berdampak langsung pada ketidakstabilan jumlah pelanggan dan pendapatan harian, yang sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca, tingkat keramaian, serta dinamika aktivitas kota. Kondisi ini sejalan dengan temuan Widjajanti (2019) dan Zukin & Kurlat (2015) yang menjelaskan bahwa pedagang informal dan street food cenderung menghadapi ketidakpastian pendapatan serta kesulitan membangun loyalitas pelanggan akibat tidak adanya lokasi permanen.

Selain permasalahan mobilitas, usaha kopi keliling juga menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pertumbuhan kedai kopi modern di Medan yang menawarkan kenyamanan, suasana, serta citra gaya hidup menjadi tantangan tersendiri bagi kopi keliling yang memiliki keterbatasan fasilitas. Di sisi lain, warung kopi tradisional dan pedagang minuman jalanan dengan harga lebih terjangkau juga menjadi kompetitor langsung. Persaingan ini membuat pelaku usaha kopi keliling sulit menonjolkan keunggulan produknya, terutama dalam hal pengalaman konsumsi dan diferensiasi produk, sebagaimana dijelaskan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2022) serta Tjiptono (2017).

Permasalahan lain muncul pada aspek kualitas dan operasional usaha. Penggunaan peralatan portabel dan manual yang terbatas sering kali menyebabkan inkonsistensi rasa dan kualitas penyajian. Ruang kerja yang sempit, keterbatasan penyimpanan bahan baku, serta pengaruh faktor lingkungan seperti cuaca turut memengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Tidak adanya standar operasional yang baku membuat kualitas minuman sulit dipertahankan secara konsisten dari waktu ke waktu. Hal ini sesuai dengan temuan Satria (2020) dan Cohen (2020) yang menyatakan bahwa usaha kuliner keliling sangat rentan terhadap penurunan kualitas akibat keterbatasan peralatan dan kondisi lingkungan kerja yang tidak stabil.

Dari sisi permodalan dan manajemen, sebagian besar usaha kopi keliling beroperasi dengan modal yang relatif kecil dan pengelolaan keuangan yang sederhana. Minimnya pencatatan keuangan membuat pelaku usaha sulit mengevaluasi kinerja usaha dan merencanakan pengembangan di masa depan. Keterbatasan modal juga menghambat

investasi pada peralatan yang lebih baik maupun strategi pemasaran yang lebih profesional, sebagaimana dilaporkan oleh BPS (2023).

Aspek pemasaran juga menjadi persoalan penting. Usaha kopi keliling umumnya masih mengandalkan strategi konvensional dengan menunggu keramaian di lokasi tertentu, tanpa dukungan promosi yang terencana. Pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital masih sangat terbatas, padahal perilaku konsumen urban saat ini sangat dipengaruhi oleh informasi digital, lokasi berbasis media sosial, dan visual produk. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara karakteristik usaha kopi keliling dengan tuntutan pemasaran modern, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler & Keller (2016) serta Kotler & Armstrong (2018).

Selain itu, pelaku usaha kopi keliling juga menghadapi tantangan regulasi dan penataan ruang kota. Tidak semua pedagang memiliki izin usaha formal, dan keberadaan mereka di ruang publik sering kali berhadapan dengan kebijakan penertiban. Ketidakpastian regulasi ini memaksa pelaku usaha untuk terus berpindah lokasi, yang semakin memperkuat ketidakstabilan usaha dan pendapatan, sebagaimana dikemukakan oleh Widjajanti (2019).

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada beberapa pertanyaan utama, yaitu:

- (1) bagaimana usaha kopi keliling di Medan dapat meningkatkan stabilitas jumlah pelanggan meskipun tidak memiliki lokasi berjualan yang tetap
- (2) bagaimana pelaku usaha kopi keliling dapat menjaga dan meningkatkan konsistensi kualitas produk dalam kondisi operasional yang bersifat mobile
- (3) bagaimana strategi diferensiasi yang dapat diterapkan oleh usaha kopi keliling agar mampu bersaing dengan kedai kopi modern dan pedagang minuman lainnya
- (4) bagaimana penerapan strategi pemasaran, khususnya pemasaran digital, yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil berbasis mobilitas untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Bagian identifikasi dan rumusan masalah ini menjadi landasan penting untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kopi keliling yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan relevan dengan perubahan preferensi konsumen urban di Kota Medan.

KAJIAN TEORITIS

UMKM kopi keliling merupakan bentuk usaha mikro yang beroperasi dalam sektor ekonomi informal perkotaan dengan karakteristik utama berupa modal kecil,

peralatan sederhana, dan mobilitas tinggi, sehingga menuntut kemampuan adaptasi yang kuat agar dapat bertahan di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif. Strategi bertahan usaha menjadi konsep penting dalam konteks ini, karena pelaku kopi keliling harus mampu mempertahankan keberlangsungan usaha melalui penyesuaian lokasi berjualan, penetapan harga terjangkau, pelayanan cepat, serta pemeliharaan hubungan sosial yang baik dengan pelanggan, sebagai pembeda utama dari coffee shop modern yang lebih menonjolkan fasilitas dan pengalaman konsumsi. Persaingan dalam industri kopi mendorong UMKM kopi keliling untuk memaksimalkan keunggulan komparatifnya, terutama dari sisi kepraktisan, fleksibilitas, dan kedekatan sosial, tanpa harus meniru konsep bisnis kedai kopi modern.

Dalam aspek manajemen pemasaran, kopi keliling umumnya mengandalkan pemasaran langsung dan promosi sederhana, namun perkembangan teknologi digital membuka peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi lokasi, menu, dan promosi untuk memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, manajemen produksi pada usaha kopi keliling berfokus pada efisiensi proses penyajian, konsistensi cita rasa, kebersihan alat, serta penyesuaian kapasitas produksi dengan kondisi permintaan harian yang sangat dipengaruhi oleh cuaca dan tingkat keramaian. Perilaku konsumen kopi keliling umumnya dipengaruhi oleh pertimbangan harga, kecepatan layanan, rasa kopi, dan kenyamanan interaksi, sehingga kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman sosial yang tercipta selama transaksi. Dengan demikian, keberlangsungan UMKM kopi keliling sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran, produksi, dan hubungan sosial secara adaptif di tengah dinamika ekonomi perkotaan dan persaingan coffee shop modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian berupaya memahami secara mendalam strategi bertahan yang dilakukan oleh pelaku UMKM kopi keliling di sekitar Kampus Sutomo, Medan, dalam menghadapi persaingan coffee shop modern. Melalui penelitian lapangan, peneliti dapat melihat langsung aktivitas usaha, cara pelaku UMKM menjalankan strategi, serta kendala-kendala yang mereka hadapi secara nyata di lingkungan operasional mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada pelaku UMKM kopi keliling sebagai informan utama untuk memperoleh informasi terkait strategi pemasaran, strategi produksi, cara mereka mempertahankan pelanggan, pemanfaatan media sosial, serta tantangan yang dihadapi dalam persaingan. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses penyajian kopi, interaksi penjual dengan pelanggan, pengelolaan lokasi berjualan, serta aktivitas operasional lainnya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui foto kegiatan usaha, catatan operasional, dan bukti

pemanfaatan media digital bila tersedia. Fokus penelitian diarahkan pada strategi bertahan di bidang pemasaran dan produksi. Pada aspek pemasaran, penelitian memeriksa bagaimana penjual kopi keliling menjaga harga tetap terjangkau, membangun hubungan dengan pelanggan, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Sementara pada aspek produksi, penelitian menyoroti cara pelaku UMKM mempertahankan cita rasa kopi, menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan, dan menjaga konsistensi metode penjualan melalui gerobak. Selain itu, penelitian juga mengidentifikasi berbagai kendala yang muncul dalam penerapan strategi tersebut, seperti persaingan dengan pelaku kopi keliling lainnya atau keterbatasan dalam promosi digital. Data dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Seluruh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi untuk menyaring informasi yang relevan, kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sesuai tema penelitian. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai strategi bertahan UMKM kopi keliling dalam menghadapi persaingan coffee shop modern. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai metode pengumpulan data sehingga hasil yang diperoleh lebih kuat dan dapat dipercaya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan dua pekerja UMKM kopi keliling yang beroperasi di sekitar Kampus Sutomo Medan, serta didukung dengan observasi langsung di lapangan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam mengenai strategi bertahan usaha, pola operasional, kendala yang dihadapi, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha di tengah persaingan coffee shop modern.

Observasi lapangan dilakukan untuk melihat secara langsung proses persiapan bahan, penyajian minuman, interaksi dengan pelanggan, serta mobilitas penjualan yang menjadi ciri utama usaha kopi keliling.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa usaha kopi keliling di sekitar Kampus Sutomo dijalankan dengan sistem operasional yang sederhana namun fleksibel. Para pekerja menjalankan aktivitas usaha atas arahan pemilik, mulai dari menyiapkan bahan baku, menyajikan minuman, hingga melayani pelanggan. Jam operasional disesuaikan dengan aktivitas mahasiswa dan pekerja di sekitar kampus, dengan waktu ramai terjadi pada pagi hari hingga sore dan menjelang malam. Penyesuaian jam operasional ini menjadi strategi penting agar penjualan dapat mengikuti pola keramaian konsumen.

Dari sisi produk, kopi keliling menawarkan berbagai menu minuman kopi kekinian seperti kopi susu aren, caramel latte, butterscotch, pandan latte, serta kopi hitam

panas. Menu-menu tersebut dipilih berdasarkan preferensi pelanggan yang sebagian besar berasal dari kalangan mahasiswa dan pekerja. Kopi susu aren menjadi salah satu menu yang paling diminati karena memiliki cita rasa manis yang seimbang dan sesuai dengan selera pasar lokal.

Selain itu, penyajian minuman dilakukan secara cepat dengan menggunakan peralatan sederhana agar pelanggan tidak perlu menunggu lama. Konsistensi rasa menjadi perhatian utama meskipun alat yang digunakan bersifat portabel dan berpindah-pindah.

Dalam hal harga, kopi keliling menetapkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan coffee shop modern. Strategi harga ini menjadi keunggulan utama dalam menarik konsumen yang sensitif terhadap harga, terutama mahasiswa. Harga yang lebih murah dipadukan dengan kualitas rasa yang cukup baik menciptakan nilai tambah bagi konsumen, sehingga kopi keliling tetap menjadi pilihan meskipun banyak coffee shop modern bermunculan di sekitar wilayah kampus.

Dari aspek lokasi dan sistem penjualan, kopi keliling mengandalkan mobilitas tinggi dengan berpindah-pindah ke lokasi yang dianggap strategis dan ramai. Area sekitar kampus, jalan utama, dan titik kumpul mahasiswa menjadi lokasi favorit untuk berjualan.

Fleksibilitas lokasi ini memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara langsung tanpa harus memiliki tempat usaha permanen. Strategi ini terbukti efektif dalam menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang dinamis, meskipun di sisi lain menuntut tenaga ekstra dan kesiapan fisik dari pekerja.

Strategi promosi yang diterapkan masih bersifat sederhana, seperti promosi dari mulut ke mulut, pelayanan yang ramah, serta penggunaan media sosial secara terbatas untuk menginformasikan lokasi berjualan. Interaksi langsung antara penjual dan pelanggan menjadi sarana promosi yang cukup efektif dalam membangun kedekatan dan loyalitas pelanggan. Pendekatan personal ini menjadi pembeda utama antara kopi keliling dan coffee shop modern yang cenderung menggunakan sistem pelayanan formal dan berbasis digital.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, kopi keliling juga menghadapi sejumlah kendala yang cukup signifikan. Faktor cuaca menjadi tantangan utama, terutama saat hujan, karena dapat menghambat mobilitas dan menurunkan jumlah pembeli.

Selain itu, persaingan dengan sesama penjual kopi keliling maupun coffee shop modern yang menawarkan promo besar-besaran turut memengaruhi tingkat penjualan. Kendala lain yang sering dihadapi adalah ketidakstabilan jumlah pelanggan, kesulitan memperkirakan stok bahan baku, serta keterbatasan alat yang mudah mengalami kerusakan akibat penggunaan terus-menerus.

Persaingan dengan coffee shop modern menjadi tantangan tersendiri bagi kopi keliling. Coffee shop besar sering menawarkan promo diskon, cashback, dan fasilitas tempat nongkrong yang menarik bagi konsumen muda. Kondisi ini membuat sebagian pelanggan beralih ke coffee shop modern pada waktu-waktu tertentu, meskipun di hari biasa tetap memilih kopi keliling karena faktor harga dan kepraktisan. Keterbatasan

modal membuat kopi keliling sulit mengikuti strategi promosi agresif yang dilakukan oleh brand besar.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi keliling di sekitar Kampus Sutomo tetap mampu bertahan karena memiliki faktor keberhasilan yang kuat. Faktor tersebut meliputi harga yang terjangkau, pelayanan cepat dan ramah, fleksibilitas lokasi, serta hubungan sosial yang baik dengan pelanggan.

Kedekatan emosional antara penjual dan pelanggan menciptakan rasa nyaman dan loyalitas, yang menjadi kekuatan utama UMKM kopi keliling. Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan menu dengan selera pasar dan mengikuti tren minuman kekinian turut mendukung keberlangsungan usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bertahan UMKM kopi keliling di tengah persaingan coffee shop modern tidak hanya bergantung pada aspek produk dan harga, tetapi juga pada kemampuan adaptasi, fleksibilitas operasional, serta kualitas interaksi sosial dengan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, khususnya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Kondisi Umum Usaha Kopi Keliling

- Usaha kopi keliling di sekitar Kampus Sutomo Medan dikelola oleh pemilik, sementara pekerja bertugas menjalankan operasional harian.
- Sistem usaha bersifat sederhana, fleksibel, dan tidak memiliki lokasi tetap.
- Jam operasional disesuaikan dengan aktivitas mahasiswa dan pekerja di sekitar kampus.

2. Strategi Pemasaran

- Menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan coffee shop modern.
- Mengandalkan mobilitas tinggi dengan berpindah lokasi ke area yang ramai.
- Memberikan pelayanan cepat dan ramah kepada pelanggan.
- Membangun hubungan sosial yang baik untuk menciptakan loyalitas pelanggan.
- Menggunakan promosi sederhana melalui media sosial dan komunikasi langsung.
- Mengikuti event atau keramaian tertentu untuk meningkatkan penjualan.

3. Strategi Produksi

- Menyediakan menu kopi yang sesuai dengan selera pasar, seperti kopi susu aren, caramel latte, dan kopi hitam panas.
- Menjaga konsistensi cita rasa meskipun menggunakan peralatan sederhana.
- Menyesuaikan jumlah produksi dengan tingkat permintaan harian.
- Mengutamakan kecepatan dan kepraktisan dalam penyajian minuman.

4. Kelebihan Usaha Kopi Keliling

- Harga lebih murah dibandingkan coffee shop modern.

- Pelayanan cepat tanpa harus antri lama.
- Fleksibel dalam menjangkau konsumen melalui mobilitas lokasi.
- Interaksi sosial yang lebih dekat antara penjual dan pelanggan.

5. Kendala yang Dihadapi

- Cuaca buruk yang memengaruhi mobilitas dan jumlah pembeli.
- Persaingan ketat dengan sesama penjual kopi keliling dan coffee shop modern.
- Fluktuasi jumlah pelanggan pada hari libur atau akhir bulan.
- Keterbatasan alat yang mudah mengalami kerusakan.
- Ketidakstabilan pasokan dan harga bahan baku.

6. Peluang Pengembangan Usaha

- Penambahan gerobak atau unit penjualan baru.
- Diversifikasi menu, termasuk minuman non-kopi.
- Pemanfaatan media sosial secara lebih optimal sebagai sarana promosi.
- Membuka kedai kecil permanen sebagai alternatif pengembangan usaha.

7. Temuan Utama Penelitian

- Fleksibilitas, harga terjangkau, dan pelayanan ramah menjadi kunci bertahannya UMKM kopi keliling.
- Hubungan sosial yang baik dengan pelanggan meningkatkan loyalitas.
- Adaptasi terhadap kondisi pasar dan lingkungan sangat menentukan keberlangsungan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa UMKM kopi keliling di sekitar Kampus Sutomo Medan mampu bertahan di tengah persaingan coffee shop modern melalui penerapan strategi yang sederhana namun adaptif. Fleksibilitas lokasi dan waktu berjualan menjadi keunggulan utama yang memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan diri dengan pola aktivitas konsumen, khususnya mahasiswa dan pekerja. Harga yang terjangkau serta pelayanan yang cepat dan ramah juga menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dari aspek produksi, pelaku usaha kopi keliling berupaya menjaga konsistensi cita rasa dan menyesuaikan variasi menu dengan selera pasar lokal. Proses penyajian yang praktis dan efisien turut mendukung kepuasan konsumen. Meskipun demikian, usaha kopi keliling masih menghadapi sejumlah kendala, seperti pengaruh cuaca, tingginya tingkat persaingan, serta keterbatasan alat dan bahan baku. Secara keseluruhan, keberlangsungan UMKM kopi keliling tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan harga, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan sosial dengan pelanggan serta beradaptasi terhadap dinamika pasar. Dengan peningkatan strategi pemasaran dan pemanfaatan media sosial secara lebih optimal, UMKM kopi keliling memiliki peluang

untuk terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, I. (2020). *Dinamika Usaha Mikro di Ruang Publik Perkotaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Amadea, M. B., Ariani, M., & Wibowo, J. M. (2025). *Analisis perilaku konsumen kopi keliling sebagai gaya hidup modern generasi muda*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1).
- Amalia, C. N., Ibrahim, A. L., & Furqansyah, M. D. (2023). Strategi bertahan di tengah persaingan: Analisis SWOT usaha Coffee Shop Bara Kopi di Kota Banda Aceh. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 14(1).
- Harahap, R., & Lubis, M. (2021). “Perkembangan UMKM Minuman di Kota Medan dan Pola Konsumsi Masyarakat Urban.” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 87–102.
- Muhammad, W., Irfan, M., & Sanjaya, R. D. (2024). Perkembangan dan strategi bisnis coffee shop di era modern: Studi kasus pada coffee shop lokal di Indonesia. *AL MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 5(2), 2210–2220.
- Nugroho, A. (2019). *Tren Konsumsi Kopi di Indonesia: Antara Budaya dan Industri*. Yogyakarta: Samudra Ilmu.
- Siregar, D. (2022). “Mobilitas Pedagang Keliling dan Pengaruhnya terhadap Interaksi Sosial.” *Jurnal Sosial Perkotaan*, 4(1), 44–58.
- Wijaya, T. (2021). “Digitalisasi UMKM dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen.” *Journal of Business Innovation*, 3(3), 112–129.